

## PENCIPTAAN IKLAN LAYANAN MASYARAKAT DENGAN TEMA PENGELOLAAN SAMPAH RUMAH TANGGA

I Wayan Pradnya Sukartika<sup>1</sup>, Desak Putu Yogi Antari Tirta Yasa S.Sn., M.Sn.<sup>2</sup>, I Nyoman Payuyasa, S.Pd., M.Pd<sup>3</sup>

<sup>1</sup> Produksi Film dan Televisi, Fakultas Seni Rupa dan Desain, Institusi Seni Indonesia Denpasar  
Jl. Nusa Indah, Sumerta, Kec. Denpasar Tim., Denpasar, Indonesia

<sup>2</sup> Produksi Film dan Televisi, Fakultas Seni Rupa dan Desain, Institusi Seni Indonesia Denpasar  
Jl. Nusa Indah, Sumerta, Kec. Denpasar Tim., Denpasar, Indonesia

<sup>3</sup> Produksi Film dan Televisi, Fakultas Seni Rupa dan Desain, Institusi Seni Indonesia Denpasar  
Jl. Nusa Indah, Sumerta, Kec. Denpasar Tim., Denpasar, Indonesia

e-mail: wayansukartika@gmail.com<sup>1</sup>, antaritirta@isi-dps.ac.id<sup>2</sup>, payuyasa@isi-dps.ac.id<sup>3</sup>

---

### INFORMASI ARTIKEL

### ABSTRACT

---

Received : July, 2025

Accepted : July, 2025

Publish online : August, 2025

*The more developed human civilization, the more human population in it. It turns out that the impact of the large human population also produces a lot of waste, the waste is produced from human activities, ranging from domestic waste, commercial waste, to agricultural waste. However, the waste produced by humans is not handled properly, so that it has an impact on the surrounding environment. Such as pollution of coastal beaches, pollution of lakes to the accumulation of waste in landfills. One solution is to handle the large amount of waste with Waste Management, the waste management that must be done is household waste management. This is because the waste that pollutes the environment comes from sources, the sources here mostly come from household waste. Around 44.13%. So in this journal the author presents how the process of creating the work of Household Waste Management Community Advertisements, which is taken from in-depth research that occurs in society.*

Key words : *Advertisement, Garbage, Management*

---

### ABSTRACT

---

Semakin berkembangnya peradaban manusia, semakin banyak pula populasi manusia didalamnya. Ternyata dampak dari banyaknya populasi manusia juga menghasilkan sampah yang begitu banyak, sampah-sampah tersebut dihasilkan dari aktivitas manusia, mulai dari sampah domestik, sampah komersil, hingga sampah pertanian. Namun Sampah yang dihasilkan oleh manusia ternyata tidak ditangani dengan baik, sehingga menimbulkan dampak terhadap lingkungan sekitar. Seperti tercemarnya pesisir pantai, tercemarnya danau hingga menumpuknya sampah di TPA. Salah satu solusinya ialah menangani sampah yang sekian banyak tersebut dengan Pengelolaan sampah, pengelolaan sampah yang harus

dilakukan adalah pengelolaan sampah dari rumah tangga. Hal itu dikarenakan sampah yang mencemari lingkungan berasal dari sumber, sumber disini kebanyakan berasal dari sampah rumah tangga. Sekitar 44,13%. Maka dalam jurnal ini penulis menyajikan bagaimana proses penciptaan karya Iklan Masyarakat Pengelolaan Sampah Rumah Tangga, yang diambil dari riset yang begitu mendalam terjadi dimasyarakat.

Kata Kunci: Iklan, Sampah, Pengelolaan

## PENDAHULUAN

Dewasa ini sampah yang berada di TPA semakin memprihatinkan, Sampah adalah sisa kegiatan sehari-hari manusia dan/atau proses alam yang berbentuk padat yang terdiri atas sampah rumah tangga maupun sampah sejenis sampah rumah tangga. Sedangkan sampah rumah tangga adalah sampah yang berasal dari kegiatan sehari-hari dalam rumah tangga yang sebagian besar terdiri dari sampah organik, tidak termasuk tinja dan sampah spesifik. Dalam kehidupan sehari-hari masyarakat Indonesia pasti menghasilkan sampah. Dilihat dari data yang dicatat oleh Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan (KLHK), jika sampah di Indonesia berdasarkan sumbernya, sektor rumah tangga menyumbang paling banyak dalam skala sampah nasional. Sebanyak 42,23 persen sampah rumah tangga dihasilkan. Setelah rumah tangga, di peringkat kedua yakni dari sektor perniagaan sebanyak 19,11 persen. Bisa dikatakan bahwa sampah rumah tangga mempunyai peran yang besar penghasil limbah terbanyak.

Dari penjelasan diatas, Penulis yang tinggal di daerah Badung, Bali Indonesia melihat adanya masalah terkait sampah rumah tangga, maka penulis mencari informasi terkait data sampah yang ada di Kabupaten Badung. Menurut data Kabupaten Badung menghasilkan 281 ton sampah, 52 truk/ hari dengan rata-rata berisikan total 1,6 ton. Sampah yang diambil petugas dari rumah warga masih dalam kondisi tercampur (tidak dipilah sesuai dengan jenis sampohnya). Mengatasi permasalahan sampah, diperlukan penerapan skema pengelolaan sampah dengan mengembangkan prinsip dasar 3R (Reduce, Reuse, Recycle). Berdasarkan data-data serta keterangan langsung dari pihak DLHK, menunjukkan bahwa kesadaran warga khususnya sekitar Badung-Bali dalam memilah jenis sampah masih rendah, sehingga perlu dilakukan kegiatan edukasi kepada warga terkait pengelolaan sampah. Salah satu upaya yang dapat dilakukan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat terkait pengelolaan sampah, adalah dengan cara edukasi melalui iklan layanan

masyarakat sebagai media edukasi pemilahan sampah rumah tangga.

Oleh karena itu, dalam pembuatan Iklan ini akan dilakukan beberapa Metode, yaitu metode Wawancara, dan Observasi. Diharapkan dengan adanya wawancara dan edukasi oleh pihak Dinas Lingkungan Hidup dan Kebersihan Kabupaten Badung, serta TPS yang ada di daerah Badung, seperti TPS 3R Ngardi Resik dan sekitarnya.

Hasil observasi yang dihasilkan penulis mendapatkan permasalahan yang benar-benar dirasakan oleh masyarakat badung, seperti Sampah yang begitu menumpuk bisa menyebabkan Turis enggan untuk berlibur ke daerah pariwisata Badung. Dari permasalahan tersebut penulis membuat 3 Iklan layanan masyarakat. Pertama, terkait edukasi masyarakat untuk memilah sampohnya sebelum dibawa ke TPS 3R terdekan, guna membuat hasil sampah rumah tangga dapat meringankan beban di TPS 3R. Kedua, Permasalahan terkait Sampah organik yang banyak di Lingkungan Rumah dengan solusi TEBA MODERN, dan yang ketiga bahwa sampah an organik bisa bernilai ekonomis.

Maka dari itu, dalam pembuatan iklan layanan masyarakat pengelolaan sampah rumah lebih berfokus untuk penyampaian pesannya kepada narasi oleh karakter utama. Konsep ini melibatkan penggunaan seorang karakter fiktif atau nyata sebagai pusat perhatian dalam iklan. Karakter ini akan menceritakan sebuah kisah atau pengalaman yang relevan dengan pesan yang ingin disampaikan. Tujuannya adalah membuat pesan lebih personal, mudah diingat, dan membangkitkan empati dari penonton. Selain itu Menggunakan narasi karakter utama dalam iklan layanan masyarakat adalah cara yang efektif untuk menyampaikan pesan yang kompleks dan membangkitkan emosi penonton. Dengan pendekatan yang tepat, iklan jenis ini dapat menciptakan dampak yang signifikan dan mendorong perubahan perilaku.

Program Projek Independen ialah sebuah bentuk pembelajaran dengan cara menerapkan segenap pengetahuan, pengalaman, dan kreatifitas

dari mahasiswa untuk membuat sebuah proyek atau sebuah karya. Maka dari itu untuk menambah pengetahuan keterampilan serta membuat karya tugas akhir berupa iklan layanan masyarakat. Penulis memilih untuk mencari mitra belajar yang berkaitan dengan industri kreatif audio visual khususnya yang ada di Sumerta Kelod, Kec. Denpasar Tim., Kota Denpasar, Bali yaitu PT TVRI BALI yang berfokus memproduksi semua jenis video maupun acara televisi yang mengemas program tayangan berita, adventure, iklan dan entertainment yang mengedepankan kualitas konten program, di TVRI Bali adalah salah satu program yang juga sangat menarik dan patut untuk ditonton sendiri atau bersama keluarga. Dengan demikian dipilihnya TVRI BALI sebagai mitra MBKM yang nantinya akan bekerja sama untuk satu semester kedepan. Melalui Program ini penulis berharap mendapatkan ilmu yang nantinya bermanfaat bagi orang banyak dan berguna dalam bermasyarakat.

## METODE PENELITIAN

Metode yang penulis gunakan merupakan metode penelitian Kualitatif dan penciptaan karya, hal tersebut berfungsi untuk berpatokan bagaimana proses produksi iklan layanan masyarakat ini berjalan dengan lancar. metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat yang digunakan untuk meneliti pada kondisi ilmiah (eksperimen) dimana peneliti sebagai instrumen, teknik pengumpulan data dan di analisis yang bersifat kualitatif lebih menekan pada makna (Sugiyono 2018). Disini penulis menggunakan metode ini agar berpatokan pada langkah-langkah untuk menciptakan karya yang bertema "Pengelolaan Sampah Rumah Tangga", yang bertujuan untuk memberikan pemahaman kepada masyarakat yang belum mengerti masalah yang ditimbulkan akibat sampah rumah tangga bisa diatasi segera. Disini penulis akan melakukan analisis situasi sampah yang ada dilingkungan daerah tertentu yang dilakukan untuk mengidentifikasi penyebab terjadinya sampah yang berserakan dan memberikan informasi makanan alternatif yang lebih murah untuk masyarakat terkait sampah rumah tangga. Untuk mewujudkan hal tersebut adapun beberapa hal yang harus dilakukan:

### Praproduksi

Tahapan Praproduksi merupakan tahapan yang paling penting dalam pembuatan sebuah karya film maupun iklan layanan masyarakat. dalam buku teknik produksi program televisi oleh Fred

Wibowo juga menjelaskan pra produksi sebagai berikut :

Pra produksi, tahapan ini sangat penting karena menyangkut berbagai macam persiapan yang dilakukan dalam memproduksi sebuah acara. Tahap pra produksi dibagi menjadi tiga tahapan, yang antara lain :

a) Penemuan ide.

Tahap ini dimulai ketika seorang produser Menemukan sebuah gagasan atau ide. Dari ide tersebut kemudian dilakukan sebuah riset khalayak. Setelah survei dilakukan dan ditemukan data secara valid maka seorang produser atau penulis naskah mengedepankannya menjadi sebuah naskah.

b) Perencanaan.

Tahap ini meliputi pentapan jangka waktu kerja, penyempurnaan naskah, pemilihan artis, lokasi, dan kru. Selain estimasi dana, penyediaan biaya dan rencana alokasi merupakan bagian dari perencanaan yang perlu dibuat secara hati-hati dan teliti. Selain itu juga dalam tahap ini, untuk penyusunan laporan ini.

Penyusunan laporan, dalam iklan layanan Masyarakat ini mencantumkan beberapa hal, seperti alasan mengapa proyek Iklan Layanan Masyarakat ini penting dan relevan, selain itu harapan yang bisa digapai dalam proyek ini.

c) Persiapan.

Tahap ini meliputi pemberesan semua kontrak, perijinan dan surat menyurat. Latihan para artis dan pembuatan setting, meneliti dan melengkapi peralatan yang diperlukan. Semua persiapan ini paling baik diselesaikan menurut jangka kerja (time schedule) yang sudah ditetapkan. Penetapan jangka waktu kerja dilakukan selama kurang lebih 4 bulan.

### Produksi

Tahap produksi adalah seluruh kegiatan pengambilan gambar (shooting), baik di studio maupun di luar studio. Proses ini disebut juga dengan taping. Perlu dilakukan pemeriksaan ulang setelah kegiatan pengambilan gambar selesai. Dilakukan. Jika terdapat kesalahan maka pengambilan gambar dapat diulangi kembali (PRODUKSI PROGRAM TELEVISI\_Binus University) Tahap produksi ini merupakan tahapan dimana setiap kru dan perancangan yang sudah dilakukan ditahap pra produksi sudah teratur selanjutnya setiap divisi, seperti Kameramen, Pencahayaan, Artistik dan Audio Man menjalankan tugasnya masing-masing.

Seorang sutradara ditugaskan untuk menerapkan visual yang sudah dirancang oleh naskah yang sudah jadi. Dimana naskah tersebut

harus dikomunikasikan dengan jelas kepada para talent (artis), kameramen, Pencahayaan, Artistik dan Audio Man, agar proses syuting berjalan lancar dan tanpa hambatan.

#### Pascaproduksi

Tahap pasca produksi adalah semua kegiatan setelah tahapan pengambilan gambar sampai materi itu dinyatakan selesai dan siap disiarkan atau diputar kembali. Kegiatan yang termasuk dalam pasca produksi antara lain penyuntingan (editing), memberi ilustrasi, musik, efek dan lain-lain.

Proses pasca produksi sendiri yang paling penting ialah Penyuntingan (editing), dimana editing berperan penting untuk proses menyatukan gambar satu dengan gambar lainnya agar memiliki cerita yang matang sesuai dengan rancangan naskah. Dalam proses pasca produksi Iklan Layanan Masyarakat tema "Pengelolaan Sampah Rumah Tangga" merujuk pada metode editing yang dijelaskan dalam buku editing film oleh Danu Murti, yang berisikan 9 tahapan, antara lain :

- ACQUISITION : Mendapatkan seluruh elemen gambar dan suara.
- ORGANIZATION : Mengatur, mengelompokan, semua bahan ke dalam kategori sehingga mudah diurutkan.
- REVIEW & SELECTION : Menonton dan mendengarkan semua bahan dan dicatat atau menandai unsur-unsur terbaik dari proyek tersebut.
- ASSEMBLY: Mengedit bersama-sama bahan terbaik yang telah dipilih menjadi kerangka dari seluruh cerita
- ROUGH CUT : Memadatkan assembly edit sampai urutan cerita menjadi jelas, Bagian yang berlebihan telah diperpendek dan cerita sudah dalam bentuk yang baik
- FINE CUT: Irama cerita sudah dipadatkan, tidak ada gangguan dalam gambar atau suara, sambungan shot sudah dibuat dalam versi terakhir.
- PICTURE LOCK : Semua elemen gambar disatukan secara padat dan tidak ada perubahan lebih lanjut yang akan dilakukan. Semua proses pekerjaan suara sudah mungkin mulai.
- FINISHING : Gambar dengan resolusi tinggi telah diterima untuk dilakukan koreksi warna dan pewarnaan gambar.

#### HASIL DAN PEMBAHASAN

Dari metode yang dipakai yaitu Praproduksi, Produksi dan Pascaproduksi, maka menghasilkan hasil sebagai berikut:

#### Pengelolaan Sampah Organik



Gambar 1 : Pengelolaan sampah pesan pede

[Sumber: Dokumen Pribadi 2024]

Riset yang dilakukan ke desa Cemenggaon untuk meriset proses pengelolaan sampah didesa tersebut dengan menerapkan PESAN PEDE (pengelolaan Sampah Mandiri Pedesaan). Didapatkan data bahwa untuk sampah yang dihasilkan dari setiap warga desa disana 70% ialah sampah Organik, antara lain 60% rutinitas rumah tangga, dan 10% Dadakan. Sedangkan sisanya 30% lainnya ialah sampah non organik, yang dimana terdiri dari 20% sampah daur ulang dan 10% sampah residu. Dari hasil sampah tersebut sudah dikelola dengan sistem. seperti halnya menggunakan Teba Modern untuk 60% sampah rutinitas rumah tangga, 9% gudang komposter yang nantinya menjadi kompos, lalu untuk 30% sampah non organik yang bisa didaur ulang hanya 20% dari total sampah non organik, dan 10% sisanya adalah sampah residu yang tidak dapat didaur ulang. Yang dimana nantinya sampah residu akan diangkut ke TPA.



Gambar 2 : Teba Modern

[Sumber: Dokumen Pribadi 2024]

#### Pengelolaan Sampah Anorganik

Sampah anorganik merupakan sampah hasil pabrik industri dan membutuhkan waktu yang lama bahkan sampai puluhan tahun agar dapat

terurai. Contohnya besi, plastik, kaca, dan karet (Harimurti et al., 2020). Sampah yang berada di tempat sampah yang memiliki jenis sampah anorganik pastinya akan sulit terurai.

Rumah tangga merupakan salah satu penyumbang sampah anorganik paling banyak di TPA, hampir sebagian besar sampah anorganik dihasilkan dari rumah tangga. Maka dari itu sampah anorganik perlu dimanfaatkan.

Wedoo dan Get Plastic adalah salah satu pengelola sampah anorganik tersebut. wedoo yang merupakan perusahaan yang menyediakan mesin daur ulang serta alat transportasi terjangkau dan berkelanjutan sebagai tanggung jawab bagi sosial dan lingkungan, produk mesin pengolah sampah seperti, Wood Chipper (penghancur ranting kayu), Organic Waste Mill (mesin pencacah sampah organic), Plastic Crusher (pencacah sampah plastik), Cocopeat / Cocofiber (pengurai serabut kelapa), dan lain sebagainya. Konsumen juga bisa merancang sendiri mesin yang dibutuhkan, dan Wedoo Workshop akan memproduksinya secara custom.



Gambar 3 : mesin wedoo  
[Sumber: dokumen pribadi 2024]

Salah satu alat yang dihasilkan adalah pencacah plastik. Sampah-sampah plastik yang sudah dikumpulkan seperti botol plastik dicacah terlebih dahulu, setelah itu akan dipanaskan lalu dibentuk sesuai keinginan. Hal ini mengubah cara pandang kita yang sebelumnya melihat bahwa sampah plastik tidak bisa dimanfaatkan, namun ternyata bisa sangat berguna dan bernilai.

Sedangkan di get plastic, sampah-sampah yang berasal dari plastik diolah dengan alat pirolisis. Alat pirolisis adalah sistem kontrol yang mana berfungsi untuk mengatur suhu, tekanan, hingga aliran gas dalam reaktor. Dimana alat pirolisis yang terdapat di Get plastik dirancang sendiri oleh mereka, dimana cara kerjanya ialah: sampah plastik (botol,kantong plastik, kemasan plastik) yang selesai dipilah dimasukkan ke alat pirolisis, lalu alat

tersebut dipanaskan dan nantinya akan menghasilkan minyak (solar), residu plastik (butiran hitam) dan Gas. Nah untuk hasil-hasil tersebut ternyata bisa diolah kembali dan menghasilkan barang-barang unik. Seperti contohnya residu plastik bisa dijadikan kerajinan tangan, dan untuk gas bisa digunakan kembali untuk gas kompor. Sampah yang digunakan sekitar 5kg sampah dengan hasil 5 Liter solar. Untuk solar sendiri bisa diolah kembali menjadi bensin (setara pertalite) menggunakan alat pirolisis tersebut.

Maka, dari hasil riset tersebut, dapat dihasilkan beberapa iklan berupa 3 tipe iklan berbeda:

1. Iklan Layanan Masyarakat “Pengelolaan Sampah Rumah Tangga” Pertama

Iklan pertama menyampaikan tentang edukasi terhadap masyarakat terkait pemilihan sampah yang dilakukan dari rumah. Dengan adanya pemilihan sampah dari rumah membantu petugas dan pengelola sampah mengelompokkan sampahnya sebelum diproses nantinya.

Upaya ini dilakukan agar bisa mengubah kebiasaan masyarakat yang benar-benar sulit dirubah, terutama masalah memilah sampah dari rumah. Padahal aturan tersebut sudah diatur dalam peraturan gubernur bali – nomor 47 tahun 2019 tentang Pengelolaan Sampah Berbasis Sumber. Yang dimana sampah yang berasal dari rumah tangga harus dilakukan pemilahan dari rumah, demi terciptanya kebersihan dan keasrian. Ada beberapa tipe sampah yang dipilah yaitu: sampah yang mudah teruarai dari alam, sampah yang dapat digunakan kembali, sampah yang dapat didaur ulang, sampah yang mengandung B3, dan Sampah Residu. Dalam iklan ini sampah yang dipilah menjadi 3 bagian, sampah organik, Plastik yang dapat didaur ulang dan digunakan kembali, lalu sampah B3 dan limbah.

2. Iklan Layanan Masyarakat “Pengelolaan Sampah Rumah Tangga” Kedua

Iklan layanan masyarakat kedua, menyampaikan pesan terkait pengelolaan sampah organik (dedaunan) yang bisa dikelola menjadi pupuk kompos. Hal ini bertujuan memberikan edukasi terkait bagaimana memanfaatkan sampah yang mudah teruarai (alam) dari rumah tangga, menjadi sesuatu yang bisa bermanfaat. Dari data yang dilakukan oleh desa cemenggaon, ternyata 70% sampah yang dihasilkan dari rumah tangga ialah sampah organik. Sehingga hal ini menjadi poin penting dalam iklan layanan masyarakat ini. dalam iklan layanan masyarakat ini bekerjasama dengan

desa adat cemenggaon untuk mengangkat sumur kompos.

Sumur kompos ialah suatu wadah yang tersedia di setiap rumah, untuk dipakai menjadi penyimpanan sampah organik yang dihasilkan dari rumah. Yang nantinya setiap 12 bulan sekali akan dipanen, dan hasilnya ialah kompos.

### 3. Iklan Layanan Masyarakat “Pengelolaan Sampah Rumah Tangga” Ketiga

Dalam iklan layanan masyarakat ketiga pesan yang ingin disampaikan ialah terkait tentang sampah rumah tangga yang bisa menghasilkan sesuatu yang bernilai ekonomis. Iklan ini mengajak masyarakat untuk melihat sampah non organik, yang bisa didaur ulang dimanfaatkan sebagai barang yang benilai jual, seperti menjadi asbak dan bensin. Selain itu, hal ini juga dapat mengurangi pencemaran lingkungan dan menghemat sumber daya alam.

Tahap selanjutnya dari proses pembuatan iklan layanan masyarakat “Pengelolaan Sampah Rumah Tangga” ialah produksi, didapatkan beberapa kru inti dalam proses produksi iklan layanan masyarakat tersebut:

POSISI	NAMA
KAMERAMEN	GEDE JUNIARTHA
KAMERAMEN 2	DEWA ARI
ARTISTIK	RIZKY RAHMAN
GAFFER	NANDA
SOUNDMAN	REY
BOOM POLE	YOGA
CHEK LIST	PUSPA

Tabel 1: Kru Inti  
[Sumber: Dokumen Pribadi 2024]

Tahap produksi merupakan suatu tahap yang dimana pembuat iklan layanan masyarakat melakukan pengambilan gambar, audio yang sudah dipersiapkan dan dirancang dalam Pra produksi.

Iklan pertama yang mengambil tema pemilihan sampah dari rumah, melakukan pengambilan gambar pada tanggal 8 November tahun 2024, dimana lokasi yang dipilih ialah rumah daerah kedonganan. Selanjut ditanggal 9 November 2024 dilakukan pembuatan iklan kedua dan ketiga, dimana iklan ketiga diambil secara penuh dalam tanggal ini, sedangkan iklan kedua diambil 90% pada tanggal ini. selanjutnya ditanggal 10 November 2024, diambil gambar iklan kedua, dimana daerah yang dipilih ialah desa Cemenggaon Gianyar, Bali.



Gambar 4: Proses Syuting  
[Sumber : dokumen pribadi 2024]

Dalam tahap ini Sutradara harus berkomunikasi dengan kameramen terlebih dahulu, dimana untuk pengambilan gambar yang diinginkan harus sesuai dengan apa yang ingin dividualisasikan. Kameran akan mendengarkan dan mempertimbangkan apa yang ingin disampaikan oleh sutradara, selain itu kameramen harus bisa menerjemahkan visual naskah sesuai dengan keadaan dilapangan. Kadang kala, ketika syuting dilapangan beberapa elemen dari visual tidak bisa terlaksana maka tugas dari seorang kameramen adalah improvisasi visual.

Bicara masalah visual, artistik, Pencahayaan dan Talent harus mampu memahami visual yang disampaikan oleh sutradara. Karena bila ketiga elemen ini tidak bisa melakukan hal tersebut maka rancangan visual yang sudah dipersiapkan tidak akan terlaksana. Artistik bertanggung jawab untuk memastikan benda-benda, properti yang ada didalam sebuah adegan terlaksana sesuai dengan rancangan. Koordinasi artisktik juga melibatkan Kameramen dan Lighting, bila dirasa properti tidak sesuai dengan warna lighting atau bahkan beberapa objek properti menghalangi pandangan kamera, mau tidak mau dilakukan improvisasi.

Selain itu pencahayaan bertanggung jawab untuk memastikan cahaya yang telah dirancang bersama-sama bisa terlaksana dengan baik. cahaya diperlukan untuk membuat sebuah adegan memiliki nuansa yang diperlukan. Bila pencahayaan dirasa sudah puas dan kameramen merasa gambar divisual sudah sesuai dengan permintaan sutradara maka disitulah tugas seorang pencahayaan benar-benar terlaksana.

#### Pascaproduksi

Tahap pascaproduksi merupakan tahapan penyambungan gambar menjadi cerita yang utuh, sehingga terciptanya estetika didalamnya seperti:

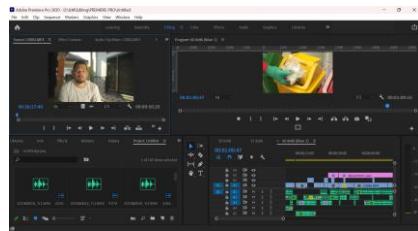
## Estetika Visual



Gambar 5: visual dalam iklan  
[Sumber: dokumen pribadi 2024]

Gambar dan visual dalam Iklan layanan masyarakat ini menggunakan komposisi Rule Of Third yang dapat memperkuat pesan yang ingin disampaikan dalam iklan layanan masyarakat ini. selain itu penerapan visual Close up juga sering diterapkan, untuk memfokuskan kepada ekspresi setiap karakter untuk menyampaikan emosi dalam setiap adegan.

## Estetika Editing



Gambar 6: editing  
[Sumber: dokumen pribadi 2024]

Teknik editing yang digunakan dalam iklan layanan masyarakat ini lebih ditekankan kepada Slide dan push transisi. Dimana teknik editing itu digunakan untuk tujuan membuat iklan ini bisa dengan cepat berganti posisi adegan satu dengan yang lainnya. Penyampaian pesan dan adegan menggunakan transisi slide dan push membuat lebih mudah dikenal.

## Estetika Audio



Gambar 7: Voice Over  
[Sumber: dokumen pribadi 2024]

Dalam pengembangan audio di iklan layanan masyarakat ini menggunakan beberapa

aset seperti sound effect dan backsound. Penggunaan sound effect yang bernuansa komedi lebih ditekankan agar iklan layanan masyarakat ini bisa ditangkap sebagai sebuah iklan yang tidak hanya menyampaikan edukasi namun juga hiburan.

Maka dari hasil tersebut didapatkan hasil iklan tersebut dengan 3 poster berbeda:



Gambar 8: Poster ILM 1  
[sumber: dokumen pribadi 2025]



Gambar 9: Poster ILM 2  
[sumber: Dokumen pribadi 2024]



Gamber 10: Poster ILM 3  
[Sumber: Dokumen Pribadi 2025]

## KESIMPULAN

Dari adanya sistem PESAN PEDE (pengelolaan Sampah Mandiri Pedesaan) menjadikan sampah yang ada di TPA tidak menjadi semakin banyak dan menumpuk, karena dari total

100% sampah dihasilkan dari satu desa hanya 10% saja sampah yang dibuang ke TPA (Tempat Pembuangan Akhir). Sedangkan untuk sampah anorganik bisa dimanfaatkan menjadi barang-barang yang bernilai ekonomis.

Penciptaan iklan layanan masyarakat pengelolaan sampah rumah tangga ini, lebih ditekankan pada teknik narasi yang difokuskan kepada karakter utama, dalam pembuatan iklan layanan masyarakat ini. Hal ini berpengaruh terhadap jalan cerita yang ingin disampaikan lewat karakter utama yang gampang dimengerti, karakter utama disini menyampaikan pesan yang kompleks sehingga membangkitkan emosi penonton. Dengan pendekatan yang tepat, iklan jenis ini dapat menciptakan dampak yang signifikan dan mendorong perubahan perilaku. Pemilihan teknik ini memudahkan penulis untuk mengetahui aksi

#### **DAFTAR PUSTAKA**

Minawati, Rosta, Atika, Juli, , dan Waspada, A. E. 2018. "Iklan Layanan Masyarakat Peduli Sampah." PROPORSI Jurnal Desain Multimedia dan Industri Kreatif, Bandung

Muhamad Choirul, Umam, dan Kusuma, R.S. 2019 "Analisis naratif perempuan sebagai karakter utama pada iklan produk laki-laki." Petanda: Jurnal Ilmu Komunikasi dan Humaniora" Universitas Prof. Dr. Moestopo, Surakarta

Surya, Dimas Mahesa 2023 "PENERAPAN PEDITING MONTASE DALAM IKLAN LAYANAN MASYARAKAT BANGGA BUATAN

Handika Pradnyana, I Putu 2022 "EFEKTIVITAS PROGRAM PENGELOLAAN SAMPAH BERBASIS SUMBER OLEH DINAS LINGKUNGAN HIDUP DAN KEBERSIHAN DI KABUPATEN BADUNG PROVINSI BALI" Asdaf Kabupaten Badung, Provinsi Bali

Gischa, Serafica 2023, dengan judul "Pengertian Media Menurut Ahli", Kompas.com, Indonesia

Widi Putra, Ida Bagus Gede 2023, "PENGGUNAAN EFEK CALL-OUT PADA PENCIPTAAN IKLAN LAYANAN MASYARAKAT DENGAN TEMA INDONESIA" Produksi Film & Televisi, Denpasar

DLHK, Admin 2023, "Kenali Jenis Sampah Rumah Tangga yang Dipilah Sebelum Serahkan ke

Pengumpul Sampah Terpilah", DLHK Kabupaten MAMUJU, Mamuju

"PENIPUAN BERBASIS DARING" Produksi Film & Televisi, Denpasar